

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA TERHADAP
JASA PELAYANAN NASABAH PADA PERUSDA
BANK KLATEN**

NASKAH PUBLIKASI



Disusun Oleh:

THIFANI ULFAH

B100110061

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2014**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Naskah Publikasi dengan judul:
**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA TERHADAP JASA
PELAYANAN NASABAH PADA PERUSDA BANK KLATEN**

Yang ditulis oleh :

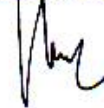
THIFANI ULFAH

B100110061

Penandatanganan berpendapat bahwa Naskah Publikasi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 24 Desember 2014



Pembimbing



(Drs. Ma'ruf, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, MSi)

ABSTRAKSI

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa diferensiasi kompetitif (X1) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,431 > 2,028$ sehingga variabel diferensiasi kompetitif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelayanan nasabah Perusda Bank Klaten. Kualitas jasa (X2) diperoleh $t_{hitung} = 2,614 > 2,028$ sehingga variabel kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelayanan Perusda Bank Klaten. Pengelolaan produktifitas (X3) diperoleh $t_{hitung} = 3,119 > 2,028$ sehingga variabel pengelolaan produktifitas juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelayanan nasabah Perusda Bank Klaten. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh $F_{hitung} = 9,958$ sehingga variabel diferensiasi kompetitif, pengelolaan kualitas jasa dan pengelolaan produktifitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelayanan nasabah Perusda Bank Klaten. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,453 berarti bahwa variabel diferensiasi kompetitif, kualitas jasa dan pengelolaan produktifitas dapat menjelaskan tentang penyebab naik turunnya kepuasan pelayanan nasabah Perusda Bank Klaten sebesar 45,3% sedangkan sisanya 54,7% dapat dijelaskan oleh variabel yang lain diluar model penelitian. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa kualitas jasa variabel yang mempunyai nilai koefisien beta 3,119. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan kualitas jasa merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan Perusda Bank Klaten dibandingkan dengan diferensiasi kompetitif dan pengelolaan produktifitas.

Kata kunci : Diferensiasi kompetitif, Kualitas jasa, Pengelolaan produktifitas, Kepuasan pelayanan nasabah.

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan bank sebagai lembaga keuangan yang menyalurkan kredit produktif dan konsumtif kepada masyarakat, serta memiliki prosedur yang lebih mudah dirasakan oleh sebagian masyarakat, terutama golongan menengah kebawah.

Dalam menjalankan tugasnya Perusda Bank Klaten mampu bersaing dengan lembaga perbankan yang lebih besar seperti BRI. Hal ini membawa konsekuensi bahwa Perusda Bank Klaten harus mampu berdiri berdampingan dengan lembaga-lembaga perbankan melalui pelayanan-pelayanan yang lebih baik. Karena itu serangkaian perubahan dan pembenahan telah dilakukan oleh Perusda Bank Klaten ini, antara lain perubahan status dari Perusda Bank Pasar menjadi Bank Klaten oleh pemerintah daerah, membenahi penampilan fisik dan fasilitas pendukung di kantor-kantor tingkat kecamatan, meningkatkan

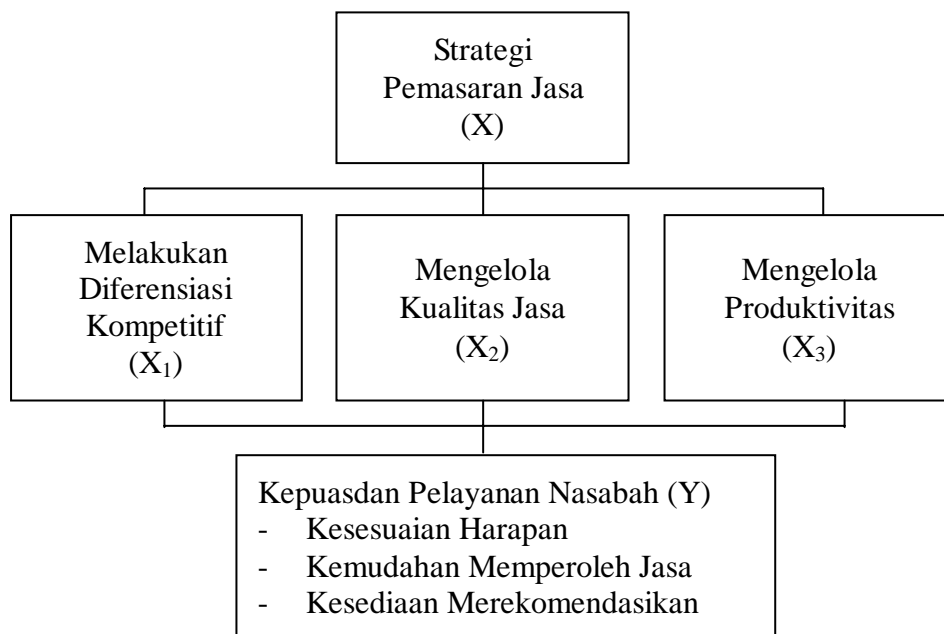
ketrampilan sumber daya manusianya, dan mengubah plafon kredit. Hal ini dibarengi dengan usaha-usaha intensif lainnya seperti promosi dan penyuluhan. Berbagai perubahan ini dilakukan untuk mengubah citra Bank Klaten yang selalu menampilkan sisi muram. Memang secara historis Bank Klaten adalah bank yang dibentuk dan didirikan oleh Pemerintah Kabupaten Klaten sehingga citranya masih relatif baik dengan berbagai transaksi. Dari aspek pelayanan dinilai aspiratif dan baik terhadap nasabah, dan pelayanannya lebih profesional karena yang dihadapi masyarakat menengah kebawah yang relatif tidak banyak menuntut.

Pada kantor Perusda Bank Klaten juga memiliki omset yang harus dicapai. Dengan demikian pimpinan dan karyawan kantor yang ada sampai di tingkat kecamatan harus mampu menciptakan iklim usaha yang dapat menjalin ikatan batin dan kemudian menciptakan rasa saling membutuhkan. Untuk mempertahankan iklim ini mereka harus memperhatikan keinginan nasabahnya.

Dengan latar belakang masalah tersebut maka penulis memilih judul :
PENGARUH STRATEGI PEMASARAN JASA TERHADAP JASA PELAYANAN NASABAH PADA PERUSDA BANK KLATEN.

METODE PENELITIAN

Kerangka Berpikir



Penelitian deskriptif ini menggunakan metode survei sampel dan yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah nasabah Perusda Bank Klaten. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Perusda Bank Klaten yang memanfaatkan produk jasa simpan pinjam. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik random sampling yaitu pengambilan sampel dimana anggota populasi mempunyai peluang sama sebagai sampel penelitian.

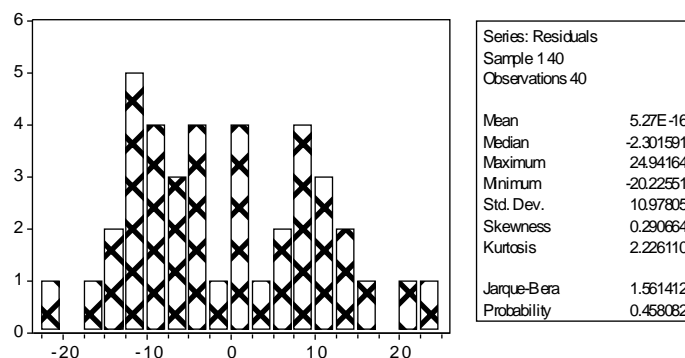
Metode pengumpulan data mencakup observasi, kuesioner, dan studi pustaka. Populasi samplingnya adalah penduduk Kabupaten Klaten dan sekitarnya yang pernah melakukan transaksi di Perusda Bank Klaten. Sedangkan kerangka sampling (*sampling frame*) yang digunakan adalah penduduk Kabupaten Klaten yang pernah mengadakan transaksi di Perusda Bank Klaten diambil sampel 40 orang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengujian Hipotesis Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



b. Multikolinieritas

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Diferensiasi Kompetitif	0,886	1,128
Mengelola Kualitas Jasa	0,833	1,200
Mengelola Produktivitas	0,763	1,311

Sumber: Data diolah 2014

Hasil analisis multikolinearitas menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen angka *VIF* berada di bawah “10”, demikian juga nilai *Tolerance* di bawah angka “1”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinearitas.

c. Heteroskedastisitas

Dari hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan pengolahan data dengan bantuan pengolahan data komputer tersebut maka hasilnya dapat diketahui bahwa nilai dari R^2 sebesar 0,013 sedangkan N dalam Hasil analisis dapat diilustrasikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji R^2 Untuk Heteroschedastisitas

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,114 ^a	,013	-,013	132,61552

a. Predictors: (Constant), prekua

2. Regresi Linier Berganda

a. Persamaan Model Regresi Linier Berganda

Tabel 4.7
Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Variabel	Coefficient	t_{hitung}	P
(Constant)	-59,232	-2,371	0,023
Diferensiasi Kompetitif (X_1)	2,845	2,431	0,020
Mengelola Kualitas Jasa (X_2)	2,477	2,614	0,013
Mengelola Produktivitas (X_3)	3,119	2,208	0,034
$R^2 = 0,453$ $F_{hitung} = 9,958$ $F_{tabel} = 2,84$ $t_{tabel} = 2,028$			

Sumber: data primer diolah 2014

Dari hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa variabel Mengelola Produktivitas mempunyai nilai koefisien Beta paling besar dibandingkan dengan variabel-variabel lain dalam meningkatkan kepuasan pelayanan nasabah bank dengan nilai koefisien sebesar 3,119.

- b. Uji t (uji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial).

Tabel 4.8
Hasil Uji Ketepatan Parameter Penduga (Uji t)

No	Variabel	t_{hitung}	P	Keterangan
1.	Diferensiasi Kompetitif (X_1)	2,431	0,020	H_0 ditolak
2.	Mengelola Kualitas Jasa (X_2)	2,614	0,013	H_0 ditolak
3.	Mengelola Produktivitas (X_3)	2,208	0,034	H_0 ditolak

Sumber: Data primer diolah 2014

Hasil analisis untuk pengaruh Diferensiasi Kompetitif terhadap Jasa Pelayanan nasabah Perusda Bank Klaten diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,431 ($p = 0,020$). Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa nilai t_{hitung} ($2,431$) $>$ t_{tabel} ($2,028$) dengan $p < 0,05$; maka H_0 ditolak, yang berarti bahwa Diferensiasi Kompetitif berpengaruh signifikan terhadap Jasa Pelayanan nasabah Perusda Bank Klaten.

- c. Uji F

Berdasarkan hasil analisis uji F diperoleh nilai F_{hitung} ($9,958$) $>$ F_{tabel} ($3,23$) dengan $p < 0,000$ maka H_0 ditolak, hal ini berarti bahwa variabel Diferensiasi Kompetitif (X_1), Mengelola Kualitas Jasa (X_2), dan Mengelola Produktivitas (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Jasa Pelayanan (Y) nasabah Perusda Bank Klaten.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil perhitungan untuk nilai R^2 dengan bantuan program SPSS 20 *for windows*, dalam analisis regresi berganda diperoleh angka koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,453. Hal ini berarti variasi perubahan Diferensiasi Kompetitif (X_1), Mengelola Kualitas Jasa (X_2), dan Mengelola Produktivitas (X_3) terhadap Jasa Pelayanan (Y) nasabah Perusda Bank Klaten sebesar 45,3% dapat dijelaskan oleh Diferensiasi Kompetitif (X_1), Mengelola Kualitas Jasa (X_2), dan Mengelola Produktivitas (X_3), sementara sisanya sebesar 54,7% diterangkan oleh variabel lain diluar model yang penulis teliti.

B. Pembahasan

1. Pengaruh variable Diferensiasi Kompetitif (X_1) terhadap Jasa Pelayanan (Y)

Dari hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel Diferensiasi Kompetitif mempunyai pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi variabel Jasa Pelayanan nasabah Perusda Bank Klaten, hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,431 > 2,028$ sedangkan untuk dominasi variabel pengetahuan adalah dengan melihat besarnya koefisien regresi variable pengetahuan $>$ koefisien regresi sikap keluarga yaitu $0,525 > 0,099$. Mendasarkan pada hasil statistic ini maka Perusda Bank Klaten hendaknya lebih lagi mengintensifkan langkah-langkah pemasarannya selama ini sehingga konsumen merasa dekat dan selalu menginformasikan perkembangan ataupun pelayanan-pelayanan baru dari Perusda Bank Klaten. Selain itu juga seiring dengan peningkatan nasabah maka diimbangi dengan peningkatan kemampuan melayani dengan baik, hal ini supaya memberi kesan kepada nasabah tentang keprofesional bank sehingga menimbulkan keyakinan yang tinggi.

2. Pengaruh Variabel Mengelola Kualitas Jasa (X_2) Terhadap Jasa Pelayanan (Y)

Dari hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel Mengelola Kualitas Jasa juga mempunyai pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi variabel Jasa Pelayanan nasabah Perusda Bank Klaten, hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,614 > 2,028$. Hal ini juga mengindikasikan bahwa variabel Mengelola Kualitas Jasa adalah penting dan dapat mempengaruhi seberapa baik pelayanan terhadap nasabah Perusda Bank Klaten, sehingga pihak pengelola bank harus memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan pengelolaan kualitas jasa dengan beberapa cara sebagai berikut yaitu selalu memberikan keramahan dalam melayani, kemudahan dalam prosedur, strategi pemasaran yang mudah dimengerti dan menepati janji. Memperhatikan aspek pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen hingga detail ataupun selalu menanyakan konsumen tentang kebutuhannya sudah terpenuhi atau belum dari pelayanan bank selama ini.

3. Pengaruh Variabel Mengelola Produktivitas (X_3) Terhadap Jasa Pelayanan (Y)

Dari hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel Mengelola Produktivitas juga mempunyai pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi variabel Jasa Pelayanan nasabah Perusda Bank Klaten, hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,119 > 2,028$. Hal ini juga mengindikasikan bahwa variabel Mengelola Produktivitas sekaligus menjadi variabel yang lebih dominan dalam mempengaruhi variabel Jasa Pelayanan nasabah bank Perusda Klaten dengan melihat besarnya koefisien regresi variabel Mengelola Produktivitas $>$ koefisien regresi variabel lain yaitu $3,119 > 2,845$ dan $2,477$. Hal ini mengindikasikan bahwa Mengelola Produktivitas bank adalah sangat penting yang dapat mempengaruhi seberapa baik Jasa Pelayanan nasabah bank. Pengelola bank harus memantau seberapa besar peningkatan pelayanan yang diberikan dan memantau juga peningkatan jumlah nasabah-nasabahnya.

Komposisi yang seimbang ataupun intensif akan memberikan langkah-langkah pemasaran dan produksi yang terukur sehingga kinerja perusahaan/bank akan meningkat.

4. Nilai R^2 sebesar 0,453 yang mana menunjukkan bahwa sumbangan dari ketiga variabel dalam penelitian ini adalah 45,3%, sedangkan pengaruh dari variabel yang penulis tidak gunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 52,7%. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa meningkatnya jasa pelayanan Bank Perusda di Kota Klaten tidak hanya terletak pada Diferensiasi Kompetitif (X_1), Mengelola Kualitas Jasa (X_2), dan Mengelola Produktivitas (X_3) saja tetapi harus juga ada peran yang besar dari departemen-departemen lain untuk selalu mendukung peningkatan pelayanan jasa pelayanan bank ini, diantaranya adalah keterlibatan dan satu komitmen untuk memberikan yang terbaik untuk bank dan nasabah bank melalui seluruh SDM yang dimiliki, sistem pemasaran yang menyesuaikan dengan kondisi bank dan nasabah, penguatan anggaran dari departemen keuangan, kerja sama dan saling menyadari terhadap pelayanan optimal dari mulai manajer tingkat atas sampai level terbawah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Variabel Diferensiasi Kompetitif (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Jasa Pelayanan (Y) Bank Perusda di Kota Klaten pada level signifikansi 5%, sehingga Hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Diferensiasi Kompetitif mempunyai pengaruh terhadap Jasa Pelayanan Bank diterima kebenarannya.
2. Variabel Mengelola Kualitas Jasa (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Jasa Pelayanan (Y) Bank Perusda di Kota Klaten pada level signifikansi 5%, sehingga Hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Mengelola Kualitas Jasa mempunyai pengaruh terhadap Jasa Pelayanan Bank diterima kebenarannya.

3. Variabel Mengelola Produktivitas (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Jasa Pelayanan (Y) Bank Perusda di Kota Klaten pada level signifikansi 5%, sekaligus variabel ini sebagai variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi variabel Y karena mempunyai koefisien regresi yang paling besar, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Mengelola Produktivitas mempunyai pengaruh terhadap Jasa Pelayanan Bank juga diterima kebenarannya.
4. Semua variabel independen dalam penelitian ini mempunyai pengaruh secara signifikan secara bersama-sama dikarenakan nilai uji $F = 9,958$ (0,000) dengan besaran nilai sig. yang $< 0,05$ ataupun 0,01. Sedangkan sumbangan/kontribusi dari ketiga variabel independen dalam mempengaruhi variabel independen adalah sebesar 45,3%.

Saran

1. Bagi Perusda Bank Klaten hendaknya selalu menyesuaikan kebutuhan dan keinginan dari para nasabahnya, selalu mencermati secara detil apa yang menyebabkan mereka memutuskan, senang dan loyal terhadap keberadaan pelayanan jasa Perusda Bank Klaten, sehingga dapat diambil langkah-langkah yang tepat dalam meningkatkan kinerja bank secara keseluruhan.
2. Bagi seluruh jajaran staf ataupun pegawai dari level teratas sampai tertinggi harus sadar dan berkomitmen bersama untuk saling mendukung dalam rangka meningkatkan kinerja bank secara umum dan secara khusus di sini adalah dari unsur pemasaran yang baik.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar lebih memperluas jangkauan penelitian dengan menambahkan sampel yang lebih besar, beragam dan tempo penelitian yang lebih lama sehingga gambaran secara detil tentang nasabah akan diketahui lebih baik, serta mencari faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap kinerja bank terutama pada kinerja pelayanan jasanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2005. *Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Budiyono. 2004. *Statistik Untuk Penelitian*. Sebelas Maret University Press. Surakarta.
- Gujarati, DN., 2003. *Basic Econometrics*. Third Edition, Mc Graw Hill. New York.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, S.P. Malayu. 2005. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management, The Millenium Edition*. Prentice Hall International Inc. New Jersey.
- _____. A. B. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2003. *Marketing Manajement*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kuncoro, Mudrajad. 2001. *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Lovelock, Christoper. 2002. *Service Marketing and Management*. Second Edition Prentice Hall. New York.
- Nirwana. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Dioma.
- Payne, Andrian. 2000. *The Essence of Service Marketing: Pemasaran Jasa*. Andi. Yogyakarta.
- Santoso, Slamet. 2009. *Statistika Induktif*. Ponogoro.
- Staton, William J., et al. 2002. *Fundamentals of Marketing*. 10th Edition. Mc Graw Hill International. Singapore.
- Subagyo, Pangestu dan Djarwanto. 2005. *Statistika Induktif*. Edisi 5.
- Sugiyono. 2005. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfa Beta.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

_____.2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Umar, Husein. 2000. *Research Methods In Finance and Banking*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Zeithmal, A. Valerie and Marry Jo Bitner. 2000. *Service Marketing*. Mc Graw Hill. New Jersey.